

того, в американской культуре популярную сеть супермаркетов Target часто связывают с красным цветом, который является основным в логотипе данной компании.

В англоязычной культуре широко признано, что синий цвет часто ассоциируется со знанием и безмятежностью. Проведенный опрос показал, что большинство респондентов ассоциировали синий цвет с “sky” (37 %), “melancholy” (29 %), “water” (23 %), другие ответы (11 %).

Зеленый цвет у большинства респондентов ассоциируется преимущественно с такими понятиями, как “grass” (32 %), “nature” (30 %), “freshness” (24 %), другие ответы (14 %). Интересно отметить, что термин “green” ассоциируется с деньгами, в частности с таким понятием, как “dollar” (доллар США). Ассоциация зеленого цвета с деньгами может быть связана с его связью со стабильностью, ростом и процветанием.

Основываясь на результатах опроса, было установлено, что наиболее частой ассоциацией с желтым цветом является “sun” (31 %), “flowers” (26 %), “taxi” (15 %), другие ответы (28 %). Таким образом, в англоязычной культуре желтый цвет часто ассоциируется с радостью и счастьем, а также с осторожностью и предостережением.

Заключение. Исследование показало, что цветообозначения являются сложными лексическими единицами языка и речи, значения которых во многом определяются историко-культурным опытом определенных языковых коллективов. В ассоциативном эксперименте ответы респондентов в своем большинстве были стандартны и отражали характерные для данного социума бытовые и культурные реалии. Слова цветообозначений используются не стихийно, их употребление подчинено достаточно четким закономерностям. Концепты цветообозначений имеют чувственный образ, сформированный на основе носителей (предметов и явлений) данного цветового признака и обширные переносно-символические значения и оценки. Обладание знаниями о лингвистическом потенциале цветообозначений поможет лучше понять американскую культуру и их ценности, а также функционирование цветообозначений в их обыденной жизни. Кроме того, правильное использование цветообозначений может пригодиться при бытовом диалоге с представителем американского народа.

Список цитируемых источников

1. Цветообозначения во фразеологической картине мира немецкого и русского языков [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsvetooboznacheniya-vo-frazeologicheskoy-kartine-mira-nemetskogo-i-russkogo-yazykov>. — Дата доступа: 08.05.2023

2. Фрумкина, Р. М. Психоллингвистика : учеб. для студ. высш. учебн. заведений / Р. М. Фрумкина. — М. : Издательский центр «Академия», 2001. — 320 с.

УДК 81 42

А. А. Демко, Е. А. Лобковская

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

КОНЦЕПТ «ЛЮБОВЬ» В НАРОДНО-ПЕСЕННОМ ДИСКУРСЕ

Введение. Данное исследование посвящено концепту «Любовь» в народно-песенном дискурсе (на материале белорусских и немецких народных песен). Сфера чувств является благоприятным полем для исследования, поскольку именно в ней наиболее полно выражаются особенности национального сознания. А любовь как базовое чувство, передающее психо-эмоциональные состояния человека, и концепт, проявляющий себя в любой культуре, становится значимым объектом для исследования и выявления национальной специфики. Именно в этом состоит актуальность данного исследования.

Основная часть. Категория концепта появляется сегодня в исследованиях философов, логиков, психологов и культурологов. Понятие концепта стало частью понятийного аппарата семантики и лингвокультурологии. В настоящее время следует признать, что концепт является центральным вопросом когнитивной лингвистики. Благодаря тому, что в рамках когнитивной лингвистики предпринимаются попытки изучить образ человека в связи с ментальными процессами, язык принято воспринимать как культурный феномен, принадлежащий культуре народа. По мнению С. Г. Воркачева, концепт в лингвокультурологических текстах стоит рассматривать как вербализованный культурный смысл, который, в свою очередь, является лингвоконцептом — семантической единицей «языка культуры» [1].

В современной науке дискурс рассматривается как один из наиболее значимых элементов культуры и социальных отношений (Н. Д. Арутюнова, В. З. Демьянков, Е. С. Кубрякова), представляет научный интерес для многих направлений гуманитарной науки как междисциплинарный объект. Народно-песенный дискурс — сложное когнитивное явление, в состав которого входит не только сам текст песни, но и различные экстралингвистические факторы (знание мира, мнения, ценностные установки), играющие важную роль для понимания и восприятия народной песни.

Исследованиям концепта «Любовь» как эмоциональной универсалии посвящены работы философов Н. Бердяева, В. Соловьева, лингвистов А. Вежбицкой, А. А. Евдокимовой, А. Н. Федоринчик. Однако в современной лингвистике исследований концепта «Любовь» в народно-песенном дискурсе (на материале немецких и белорусских народных песен) в сопоставительном аспекте нами не было выявлено. Материалом для исследования послужили 65 народных немецких и белорусских песен.

Тема любви в белорусских народных песнях рассмотрена в четырёх направлениях: любовь парня и девушки, любовь к Родине, любовь родителей и дружеская любовь. Что касается немецких народных песен, то здесь были выделены 5 тематических направлений: любовь между парнем и девушкой, любовь родителей, любовь друзей, любовь к Родине и любовь к Богу.

Особое место в народно-песенном дискурсе занимают метафорические репрезентации концепта «Любовь». Согласно А. А. Евдокимовой, А. Н. Федоринчик, нами были выделены концептуальные метафоры, вербализующие концепт «Любовь». По Дж. Лакоффу, метафора относится к одному из четырех типов идеализированных когнитивных моделей, которые представляют собой сложное структурированное целое. Когнитивная модель «определяет нашу концептуальную организацию опыта, наше к нему отношение, а также то, что мы хотим выразить. Когнитивные модели, реализуемые в языковых знаках, обнаруживают относительную простоту структурных типов и представляют собой последовательную систему, построенную на универсальных законах» [2, с. 103].

В работах А. Н. Федоринчик подчёркивается, что концептуальные метафоры упорядочиваются в метафорические модели.

В ходе анализа текстов народных песен были выделены метафорические модели с учетом степени их продуктивности в национальной картине мира белорусского и немецкого народов.

В белорусском народном творчестве концепт «Любовь» был представлен через такие метафорические модели как «Природа как символ любви», «Любовь-счастье», «Любовь-ожидание», «Любовь-притяжение». Для немецкой народной песни самой характерной является метафорическая модель «Природа как символ любви». Данная модель широко представлена в песнях о любви парня и девушки и в песнях о любви Бога.

В данной модели были выделены такие концептуальные метафоры как дерево, нарцисс, лоза, пшеница. Эта модель отражает характер гордого, трудолюбивого и богобоязненного немецкого народа. Понятие «любовь» тесно переплетается с их религиозным мировоззрением. В народных немецких песнях о Боге воспеваются не только любовь Бога к человеку, но и человека к Богу. Цветы, воспеваемые в песнях о любви к Создателю несут особый смысл. В христианстве нарцисс символизирует возрождение, божественную любовь, победу Христа над смертью. Он считается пасхальным цветком во многих странах мира. Что касается тюльпана, он также имеет не менее духовный смысл. Его символические свойства — это духовность, гармония и рост. А также в христианстве он считается цветком Девы Марии: „Narzissen und die Tulipan / Die ziehen sich viel schöner an / Als Salomonis Seide“ [3]. В этих строках подчёркивается их красота, данная Богом.

Цветком, который олицетворяет любовь парня и девушки в немецких народных песнях является фиалка: „Verborgen als Veilchen / Leb ich in ihrer Nähe“ [3]. Фиалка означает надежду на лучшее, а также верность. Этот цветок дарили девушки своим возлюбленным, когда те отправлялись на войну, в знак любви и преданности. Схожие свойства имеет розмарин. Он также по праву считается растением любви, символизируя верность. В семнадцатом веке невесты вплетали его цветы и листья в свои свадебные венки, что символизировало долгую любовь. Хотя в нашей культуре гвоздика по большей части считается цветком скорби, в европейских странах наоборот он считается символом страсти, взаимной любви и преданности. Поэтому не удивительно, что он нашёл место в немецком народном творчестве: „Darauf schickt' ich ihr ein Sträußelein / von Ros'marien und Nägelein“ [3].

В белорусских фольклорных песнях преобладает метафорическая модель «Природа как символ любви» в песнях, посвященных любви парня и девушки. В данной метафорической модели были выделены концептуальные метафоры: ива, бескрайнее поле, вода, рассвет и закат, сила ветра, сад, дуб, вишня и калина. Это объясняется тем, что белорусский народ был в особой связи с природой, часто придавая ей свойства живого существа. За каждым символом скрывается глубокий смысл, ярко отражающий характер честного, миролюбивого, добродушного белорусского народа.

Тяжело трудясь целый день в поле, молодые люди устремляли свои мысли к саду, надеясь на скорую встречу с любимым человеком: «Ой, дзяўчына мая міла, / выйдзь ў садок хоць на хвіліну» [4].

Образом возлюбленной в белорусской народной песне стали вишня и калина: «А ў лузе стаіць каліна, /... / — Ох, падай, дзеўка, галасок»; «Сядзіць голуб на дубку, / галубка на вішні» [4]. Эти деревья несут собой нежность, хрупкость и кротость. Калина является символом духовной жизни женщины, ее девичества, любви, красоты, верности. Калину считали как дерево, растущее там, где царят мир, покой и счастье. Вишня символизирует юность, надежду, удачу и добрые дела. Всеми этими качествами можно охарактеризировать молодую белорусскую девушку.

Заключение. Концепт «Любовь» в немецких и белорусских народных песнях является значимым. Данный концепт обладает семантической многоплановостью и описывается разнообразными образами. В ходе исследования выявлено четыре общих для народных немецких и белорусских песен метафорических моделей. Но они представлены различными концептуальными метафорами. Данные отличия в метафорах объясняются различием культур и особенностями менталитета двух народов.

Список цитируемых источников

1. Воркачев, С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании / С. Г. Воркачев // Филологические науки. — М. : Прогресс, 2001. — № 1. — С. 64—72.
2. Пименова, М. В. Душа и дух: Особенности концептуализации / М. В. Пименова. — Кемерово, 2004. — 386 с.
3. Hansen, W. Die schönsten Volkslieder. Ein Hausbuch für die ganze Familie / W. Hansen. — LeiB R. — München : Nymphenburger, in der F. A. Herbig Verlagsbuchhandlung GmbH, 2004. — 204 S.
4. Гилевич, Н. С. Лірычныя песні. Беларускі фальклор у сучасных запісах / Н. С. Гилевич. — Минск : Изд. БГУ, 2006. — 464 с.

УДК 811.111

П. С. Ермолик, А. А. Савко

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

СТРАТЕГИЯ НА ПОВЫШЕНИЕ В ВЫСТУПЛЕНИЯХ СОВРЕМЕННЫХ АМЕРИКАНСКИХ ПОЛИТИКОВ

Введение. Речевые действия, которые позволяют говорящему связать свои коммуникативные цели с конкретным лингвистическим высказыванием, называются речевыми стратегиями. В свою очередь тактика представляет собой конкретные способы актуализации определенной стратегии, то есть рассматривается в качестве совокупности практических ходов в реальном процессе взаимодействия [1].

Одной из основных стратегий в политическом дискурсе можно считать стратегию на повышение, которая характеризуется желанием говорящего представить себя или предмет своей речи в выгодном свете, увеличить свою значимость в глазах аудитории. Данная стратегия реализуется за счет следующих тактик: анализ — «плюс», тактика презентации, тактика самопрезентации, тактика отвода критики, тактика самооправдания [2].

Основная часть. Проанализируем использование стратегии на повышение и входящих в неё тактик в речах Джо Байдена, нынешнего президента США и Камалы Харрис, вице-президента США.

Данная стратегия представлена в речах политиков прежде всего тактикой **1) анализ — «плюс».**

Джо Байден делает упор на достигнутом при его президентстве.

“We vastly expanded access and we’ve got 100 million doses of vaccine, enough for every single American. And we’ve done it by getting vaccines to some 40,000 pharmacies across the country, 700 community centers. And now everyone over the age of 16 is now eligible to get vaccinated right away” [3].

“So, we got out \$1,400 checks to the American people, and we kept that promise. 85 % of the households in America have gotten those checks. We’ve already sent out more than 160 million checks out the door” [3].

Джо Байден не акцентирует внимание на личных качествах, не выделяет свои заслуги. Он излагает результаты работы, проделанной за 100 дней своего президентства. А использование количественных данных в речах, даёт народу понять, что президент является лидером, заинтересованным в достижении результатов.

“I made a promise when I was down here running that I would, in fact, immediately rejoin the Paris Climate Accord on day one, which we did. And I would have, in the 100 days, a climate summit here in America, inviting all the world’s polluters and all the world’s emitters, including the biggest nations in the world” [3].

В своих предвыборных речах Джо Байден многое пообещал американскому народу. Теперь в своей речи он анализирует проделанную работу, акцентирует внимание на выполненном обещании, тем самым давая понять, что он и дальше продолжит работать на благо страны.

Джо Байден активно использует **2) тактику презентации**, чтобы представить публике своего вице-президента в выгодном свете.

“I’ll have a great vice president at my side, Senator Kamala Harris. She’s a powerful voice for this nation. Her story is the American story. She knows about all the obstacles thrown in the way of so many in our country, women, Black women, Black Americans, South Asian Americans, immigrants, the left out and the left behind, but she’s overcome every obstacle she’s ever faced. No one’s been tougher on the big banks and the gun lobby. No one has been tougher in calling out the current administration for its extremism, its failure to follow the law, its failure to simply tell the truth” [4].

Президент называет Камалу Харрис «мощным голосом нации» и сравнивает её историю с историей Америки. Он представляет её таким образом, чтобы каждый понял, что именно такой человек должен находиться на посту вице-президента.

В свою очередь Камала Харрис в своих выступлениях представляет аудитории в хорошем свете Джо Байдена.

“And what also moved me about Joe is the work that he did as he was going back and forth. This is the leader who wrote the Violence Against Women Act, and enacted the Assault Weapons Ban, who as vice president implemented the Recovery Act, which brought our country back from the great recessions. He championed the Affordable Care Act, protecting millions of Americans with preexisting conditions” [5].